

«Оцінка рівня конкуренції на кредитному ринку небанківських
кредитних установ (крім кредитних спілок)»

Напрямок «Управління у сфері економічної конкуренції»

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНЦІЇ НА КРЕДИТНОМУ РИНКУ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ	
1.1 Поняття кредитного ринку та конкуренції і їх роль в ринковій економіці	5
1.2 Нормативно-правове забезпечення регулювання кредитного ринку небанківських фінансових установ	8
1.3 Конкурентні позиції фінансових установ на ринку кредитних послуг	11
2. АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРЕДИТНИХ УСТАНОВ НА РИНКУ КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	15
2.1. Оцінка діяльності кредитних установ на ринку кредитних послуг України	15
2.2 Оцінка конкурентоспроможності ломбардів на кредитному ринку небанківських фінансових установ	23
ВИСНОВКИ	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	28
ДОДАТКИ	30

ВСТУП

Економіка будь-якої країни розвивається комплексно через структуру взаємопов'язаних між собою ринків, серед яких важливе місце займає ринок кредитних послуг. В Україні на сьогодні ринок кредитних послуг характеризується зростанням ролі небанківських кредитно-фінансових установ, розширенням їх кількості, сфери послуг та активному обслуговуванню ними клієнтів при розміщенні ресурсів на конкурентних засадах. Відтак постає проблема у забезпеченні конкурентоспроможних позицій даних кредитних інститутів.

Дослідженням правових, організаційних, фінансових засад здійснення діяльності фінансово-кредитних установ займаються багато науковців [10,12,22]. Здебільшого наукові роботи присвячені проблемам розвитку банківської системи, але зі становленням ринку фінансових послуг в Україні посилилась увага до діяльності небанківських фінансових установ. Але питанням розвитку кредитних установ, відмінних від банків, приділяється суттєво менше уваги. Між тим, останнім часом з'явилися дослідження, присвячені діяльності корпоративних форм кредитування таких як кредитні спілки, але щодо становлення і розвитку інших кредитних фінансових установ рівень наукових досліджень є недостатнім.

Небанківські фінансово-кредитні установи в Україні перебувають на початковому етапі свого становлення, їх розвиток набуває динамічного характеру, тому актуальним є дослідження нормативного регулювання їх діяльності, функцій, які вони виконують у фінансовій системі держави, та оцінці перспектив щодо конкуренції до банків.

Мета даного дослідження - розробка теоретичних положень та практичних рекомендацій до оцінки рівня конкуренції на кредитному ринку небанківських кредитних установ (крім кредитних спілок), визначенні напрямів їх діяльності.

Об'єкт дослідження – процес оцінки конкуренції на кредитному ринку.

Предмет дослідження – процес оцінки рівня конкуренції на кредитному ринку небанківських кредитних установ (крім кредитних спілок),

Завдання:

- розглянути теоретичні засади конкуренції на кредитному ринку небанківських фінансових установ;
- визначити конкурентні позиції фінансових установ на ринку кредитних послуг;
- схарактеризувати діяльність кредитних установ на ринку кредитних послуг України;
- оцінити конкурентоспроможність ломбардів на кредитному ринку небанківських фінансових установ.

Інформаційною базою є законодавчі акти й нормативні документи, аналітичні огляди, статистичні звіти міністерств і відомств України, офіційні дані Державної служби статистики України та Нацкомфінпослуг; фінансова звітність окремих ломбардів, монографічні дослідження та наукові публікації.

При дослідженні використані такі методи: статистичний метод, метод порівняння, метод таксономії.

За темою дослідження опубліковану статтю у «Молодіжному віснику», результати дослідження прийняті до впровадження в ломбард ПТ«ЛОМБАРД «БЕЗ ШТРАФІВ», ТОВ «АЛЬФАРД ІНВЕСТ» та ТОВ «АЛЬФАРД СЕРВІС». Публікації та апробація у загальному вигляді.

Наукова робота оформлена згідно вимог, визначених у Положенні про Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей.

Структура роботи. Робота складається з двох розділів, викладених на 30 сторінках, вступу, висновків, 8 таблиць та 3 рисунків. Кількість використаних джерел 24.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНЦІЇ НА КРЕДИТНОМУ РИНКУ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ

1.1 Поняття кредитного ринку та конкуренції і їх роль в ринковій економіці

На фінансовому ринку України поряд з такими відомими його учасниками, як банки, діють і небанківські кредитні установи. В різноманітних класифікаціях кредитних установ, які наводяться в літературі, можна зустріти такі їх назви як «інші фінансово-кредитні інститути», спеціалізовані фінансово-кредитні установи, чи парабанки. Діяльність таких установ пов'язана з функціонуванням фінансового ринку, зокрема, кредитного ринку і виконанням його основного призначення як забезпечення оптимального перерозподілу обмежених фінансових ресурсів шляхом залучення у одних суб'єктів ринку вільних грошових коштів і надання їх у позику іншим. Їх діяльність, як і діяльність банків, забезпечує трансформацію термінів, розмірів грошових капіталів та відповідних їм ризиків. Тобто за своїм призначенням вони не відрізняються від банківських кредитних установ, і також виступають кредиторами на фінансовому ринку.

Конкуренції як невід'ємному елементу ринкової економіки присвячено праці зарубіжних науковців Г. Азоєва [1], Г. Хемела [19], А. Юданова [24] та ін. Зазначені вчені сформулювали власне наукове бачення таких категорій, як конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна стратегія тощо. Обґрунтували особливості ведення конкурентної боротьби в умовах ринкової економіки на основі впровадження та реалізації конкурентних стратегій розвитку.

Г.Л. Азоєв [5] вважав, що під конкуренцією розуміється суперництво на якому-небудь поприщі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), які зацікавлені в досягненні однієї і тієї ж мети.

Андрій Юданов [24] вважав, що конкурентоспроможність це ступінь привабливості даного продукту для здійснює реальну покупку споживача. Споживачами товарів послуг, які виробляє фірма можуть виступати або приватні особи, або інші фірми.

Розглядаючи конкуренцію на кредитному ринку небанківських фінансових установ, важливо зазначити, що сьогодні розвинені країни та країни, що розвиваються, функціонують в основному в умовах ринкової структури економіки, яка потребує конкурентної боротьби між виробниками, що спрямовує ресурси у виробництво тих товарів і послуг, які найбільш необхідні суспільству, а це веде до максимальної економічної ефективності.

Проте капітал фізично, у вигляді засобів виробництва, не може переливатися з одних галузей в інші. Тому в ринковій економіці необхідний кредит, передусім, як еластичний механізм переливу капіталу з одних галузей в інші і зрівняння норми прибутку. За його допомогою вільні грошові капітали і доходи підприємств, особистого сектора і держави акумулюються, перетворюються в позичковий капітал, який передається за плату в тимчасове користування.

Загалом, поняття кредитний ринок це механізм, за допомогою якого встановлюються взаємовідносини між підприємствами і громадянами, які мають потребу в фінансових ресурсах, та організаціями і громадянами, які можуть надати необхідні кошти на певних умовах [15].

Сутність даного ринку розкривається в основному через відображення процесів акумулювання і застосування позичкового капіталу та економічного ефекту від цього.

Важливим завданням при визначенні місця кредитного ринку у ринковій структурі економіки є з'ясування його об'єктів та суб'єктів. Об'єктом кредитного ринку є тимчасово вільний капітал у натурально-речовій або грошовій формах (гроші, товари, виконані роботи, надані послуги) [14].

Суб'єктів кредитного ринку поділяють на позичальників та кредиторів, юридичних та фізичних осіб, які виступають як вітчизняні або іноземні. Так,

позичальниками на кредитному ринку виступають юридичні, фізичні особи та держава.

Кредиторами на кредитному ринку виступають комерційні банки, небанківські фінансово-кредитні установи та іноземні кредитори. Представниками небанківських фінансово-кредитних установ є інвестиційні компанії, страхові компанії, кредитні спілки, ломбарди, фінансові компанії, пенсійні та інші фонди.

Важливим фактором визначення суті кредитного ринку та його значимості є дослідження функцій даної економічної категорії. Так, науковцем Г.В. Миськів [15] було здійснено класифікацію функцій кредитного ринку на 2 групи: прямі та непрямі (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація функцій кредитного ринку [18]

Рівень світового господарства	Види функцій	
	Прямі	Непрямі
Мегарівень	- забезпечення міграції капіталу.	
Макрорівень	- макроекономічне регулювання економічних процесів; - трансформаційна; - перерозподільча; - посередницька; - кредитування потреб.	- акумуляція коштів (нагромаджувальна); - ціноутворююча; - інформаційна.
Мікрорівень	- обслуговування товарного обігу; - економія витрат обігу; - прискорення концентрації та централізації капіталу.	- інвестиційна; -інноваційна.

Таким чином, функції кредитного ринку відображають його роль в системі світового господарства, зокрема, при розвитку ринкової структури економіки, оскільки саме завдяки даному ринку виконуються завдання відтворення виробничих відносин. Проте розвиток виробництва в країні, а це результативність та конкурентоспроможність економіки, потребує обґрунтованої кредитної політики.

Загалом же відзначимо, що кредитний ринок – це специфічна сфера

грошового та фінансового ринків, де обертаються позикові засоби у натурально-речовій або грошовій формах, формується попит і пропозиція на них та дотримуються принципи оплати, повернення та строковості [11]. Основними учасниками цього ринку є кредитори – комерційні банки, небанківські фінансово-кредитні установи та іноземні кредитори. Важливе місце серед суб'єктів кредитного ринку займають небанківські фінансово-кредитні установи, зокрема, це: кредитні спілки, інвестиційні фонди, фінансові, лізингові та факторингові компанії, ломбарди, довірчі товариства тощо. Вони зосереджують свою діяльність на окремих сегментах кредитного ринку, обслуговуючи певні групи клієнтів або пропонуючи їм спектр кредитних операцій.

Однак, варто звернути увагу і на те, що роль кредитного ринку зазнає суттєвих змін, що обумовлюється останніми подіями у світовій та вітчизняній економіці, оскільки спостерігається зменшення об'ємів кредитування і комерційними банками, і небанківськими фінансово-кредитними установами. Таким чином, за обставин зменшення оборотів та визначення основного напрямку кредитування значно прогресує конкуренція на кредитному ринку.

1.2 Нормативно-правове забезпечення регулювання кредитного ринку небанківських фінансових установ

Ринок небанківських фінансових послуг, як й інші галузі та сфери фінансового ринку підлягають державному регулюванню. Це пов'язано з підвищеними вимогами, що ставляться до фінансових посередників, які надають послуги споживачам небанківських фінансових послуг, адже перші розпоряджаються коштами останніх на тимчасовій основі, які можуть бути об'єктом неповернення власникам.

Державним регулятором діяльності небанківських фінансово-кредитних установ виступає Нацкомфінпослуг. Фінансові установи мають дотримуватися певних правил і нормативів при реєстрації та діяльності. До небанківських кредитних установ належать кредитні спілки, фінансові (кредитні) компанії та

ломбарди. У даному дослідженні розглянуто кредитні установи, крім, кооперативного типу, кредитних спілок.

Небанківські фінансові установи для здійснення своєї діяльності на ринку фінансових послуг повинна набути статусу фінансової установи та бути внесені до Державного реєстру фінансових установ [1,2]. Для цього вони повинні відповідати певним вимогам, які встановлюються державним регулятором, а саме Національною комісією, що здійснює державне регулювання ринків фінансових послуг. Так до початку своєї діяльності небанківські фінансові установи повинні розробити і затвердити внутрішні правила надання фінансових кредитів, модельні договори надання фінансових послуг, забезпечити наявність облікової та реєструючої системи, сформувати статутний капітал в необхідному розмірі та інші вимоги. Враховуючи, що ломбарди та фінансові компанії здійснюють діяльність не тільки з власними фінансовими активами, такі вимоги є необхідними для підтвердження спроможності надавати фінансові послуги та забезпечення певного рівня якості їх надання [3].

Відповідно до вимог Положення про надання фінансових послуг ломбардами (Розпорядження Держфінпослуг від 26 квітня 2005 р. N 3981): Розділ 1 п.1.2. ломбард - фінансова установа, виключним видом діяльності якої є надання на власний ризик фінансових кредитів фізичним особам за рахунок власних або залучених коштів, під заставу майна на визначений строк і під процент та надання супутніх послуг ломбарду [13]. На відміну від кредитної компанії, ломбард не здійснює кредитування юридичних осіб.

З набранням у 2001 році чинності Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» ломбард віднесено до фінансових установ: ст.1, п.1 „фінансова установа - юридична особа, яка відповідно до закону надає одну чи декілька фінансових послуг та яка внесена до відповідного реєстру у порядку, встановленому законом [10].

Кошти ломбардів формуються із внесків засновників, прибутку від його діяльності, виручки від реалізації заставленого майна. Вони можуть користуватися також банківським кредитом. Відносини між ломбардами та

позичальниками оформляються спеціальними документами (ломбардними квитанціями), які мають статус угоди між сторонами, що дає підстави відносити ломбард до групи договірних фінансових посередників[23].

До фінансових послуг ломбарду належать : надання фінансових кредитів за рахунок власних коштів; надання фінансових кредитів за рахунок залучених коштів [10].

У разі надання фінансових кредитів за рахунок залучених коштів небанківські кредитні установи має отримати відповідну ліцензію [10].

До супутніх послуг ломбарду, якщо інше не встановлено законом, належать: оцінка заставленого майна відповідно до чинного законодавства та/або умов договору; надання посередницьких послуг зі страхування предмета застави на підставі агентського договору зі страховою компанією; реалізація заставленого майна відповідно до чинного законодавства або умов договору[13].

Фінансові компанії здійснюють кредитування клієнтів шляхом купівлі їх боргових зобов'язань. Серед фінансових компаній важливе місце посідають холдинг-компанії. Купівля зобов'язань дозволяє їм тримати великі пакети акцій компаній і здійснювати контроль над їх діяльністю. До фінансових компаній відносяться і кредитні установи, що обслуговують гуртову та роздрібну торгівлю, зокрема, діючі у сфері споживчого кредиту[3].

Спроможність небанківських інститутів акумулювати значні обсяги коштів на тривалі строки робить їх привабливими для співпраці з державними установами. Тому держава в багатьох країнах використовує небанківські інститути для фінансування за їх допомогою провідних галузей економіки, фінансування програм розвитку недостатньо розвинутих регіонів тощо [6].

Отже, можна зробити висновок про те, що система регулювання за діяльністю кредитного ринку небанківських фінансових послуг ще знаходиться в процесі розробки та удосконалення але деякі аспекти ще залишаються невизначеними та потребують детального вивчення.

1.3 Конкурентні позиції фінансових установ на ринку кредитних послуг

Актуальним на сьогодні є питання посилення конкуренції і все більшого значення для успіху фінансових установ на ринку кредитних послуг набуває вміння володіти важелями конкурентної боротьби та здатність досягти конкурентних переваг і забезпечити конкурентоспроможність установи.

Конкурентні переваги повинні проявляти сильні сторони, можливості і ресурси підприємства і разом з цим повинні бути гнучкими, щоб подаватись змінам у ринковому середовищі.

Для дослідження і управління конкурентними перевагами підприємства доцільно виділити зовнішні та внутрішні види конкурентних переваг за формами виникнення і прояву, які відповідають як потребам споживачів, так і цілям підприємства [22].

Зовнішні конкурентні переваги базується на відмінних якостях товару, які утворюють цінність для покупця, тобто характеризують ринкову перевагу підприємства у задоволенні потреб споживача. Так, враховуючи розвиток суспільства, до них можна віднести не лише якість та ціну, а й імідж, рекламу, комплексне обслуговування, сервіс, нововведення. Внутрішні конкурентні переваги відображають можливості підприємства щодо зменшення витрат виробництва у порівнянні з конкурентами.

Внутрішнє середовище – це фінансова діяльність, управління фінансовими результатами, впровадження інновацій в процесі надання кредитних послуг.

Суть конкурентних першостей в основному виражається через такі характеристики як: здатність підприємства ефективно розподіляти ресурси, досягаючи більш стійкого і тривалого положення на ринку ніж конкуренти; сукупність характеристик, властивостей, ресурсів, цінностей, якими володіє підприємство і які забезпечують йому перевагу над конкурентами; результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і

розвитку якісних і кількісних властивостей продукту, що мають цінність для покупця [22].

На думку О.В. Ареф'євої[6], для того, щоб перевага приносила перемогу у боротьбі із конкурентами, вона має відповідати наступним вимогам:

- забезпечувати підприємству ринкове положення, на тривалий час вигідно відрізнити його від конкурентів;
- бути націленою на специфічні запити клієнта, що дозволить принести користь цільовій групі споживачів;
- спиратися на специфічні, оригінальні здатності й ресурси підприємства, які не піддаються імітації з боку конкурентів [2].

Здійснивши аналіз наукових підходів до суті конкурентних переваг можна виділити основні риси, що їм притаманні: сфера їхнього прояву це конкурентне середовище; виступають як елемент в системі конкурентних відносин; властивим для них є динамічний характер; забезпечують максимальну ефективність виробництва та задоволення запитів споживачів.

Так, конкурентна перевага – це результат діяльності підприємства у будь-якій сфері, який надає їй перевагу над своїми конкурентами у досягненні поставленої мети.

У теперішній час, враховуючи посилення конкуренції на кредитному ринку між банками та небанківськими фінансово-кредитними установами, спричинене рядом спільних ознак, та особливості споживчого кредитування, як основного об'єкта конкуренції між ними, варто конкретизувати конкурентні позиції кредитних інститутів, відмінні від банківських установ.

Серед конкурентних позицій ломбардів щодо банків варто виділити наступні: швидке надання короткострокових невеликих кредитів на термінові потреби; менш ризикована, ніж у банків, діяльність; більш гнучкий графік роботи. Проте, за обсягами операцій ломбарди не можуть скласти значну конкуренцію банкам, але на ринку споживчого кредитування вони є доволі ефективними посередниками (див. рис. 1.2).

Фінансові компанії спеціалізуються на кредитуванні окремих галузей або

наданні певних видів кредитів (споживчого, інвестиційного тощо) та здійсненні фінансових операцій, що, з одного боку може вважатися конкурентною перевагою, а з іншого - недоліком. Ресурси фінансових компаній формуються за рахунок строкових депозитів (як правило, 3-6 міс.), вони акумулюють грошові кошти промислових і торговельних фірм, деяких фінансових установ і меншою мірою – населення. Конкурентною перевагою в даному випадку є те, що фінансові компанії сплачують вкладникам вищі проценти, ніж комерційні банки. Недоліком фінансових компаній є низький обсяг активів, невелика довіра з боку клієнтів рис. 1.1 [8].

На рис. 1.1 подано поділ конкурентних переваг ломбардів та фінансових компаній щодо банків на ринку кредитних послуг.

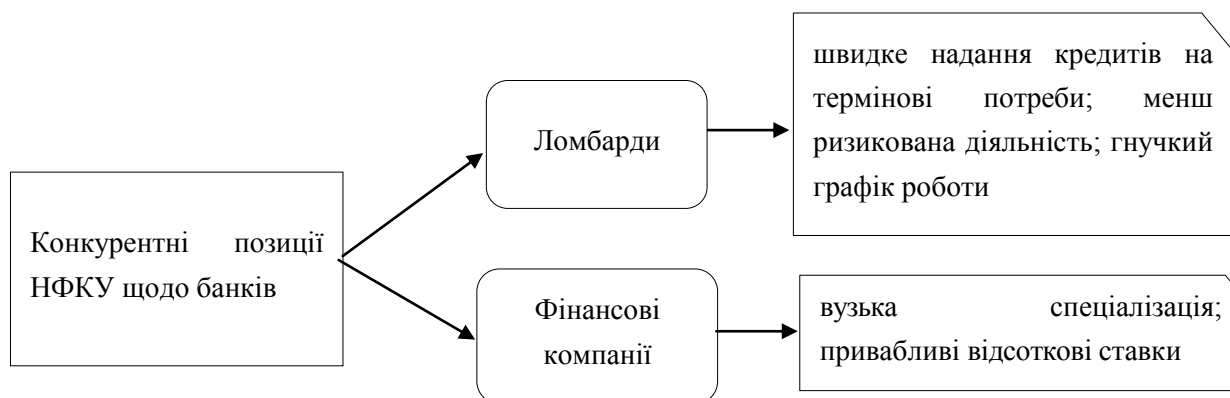


Рис.1.1. - Конкурентні позиції небанківських фінансово-кредитних установ (НФКУ) щодо банків на ринку кредитних послуг

Наведені на рис.1.1. фінансові установи мають можливість суттєво потіснити банки і стати важливими постачальниками позикового капіталу, тому постає питання як перед небанківськими фінансово-кредитними установами, так і банківськими установами щодо забезпечення конкурентоспроможності.

Слід відзначити, що поняття «конкурентоспроможність» визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами на даному ринку[5].

Терміновим завданням небанківських фінансово-кредитних установ при формуванні політики забезпечення високого рівня конкурентоспроможності та реалізації стратегії позиціонування щодо банків повинно стати досягнення

високого рівня довіри у своїх клієнтів, розширення сфери послуг, формування цілісного комплексу нормативних документів, які б регулювали всі сфери діяльності небанківських фінансових установ, забезпечення офіційного регулювання розкриття інформації [8].

Виходячи з даних річних звітів Нацкомфінпослуг [11], кількість ломбардів у 2008–2018 рр. зросла з 309 до 408, або на 32%, а також зросла кількість фінансових компаній з 221 до 847. Між тим, кількісно основні конкуренти на ринку кредитування зменшили свою присутність за цей період, тому що кількість банків скоротилася зі 175 до 82, або на 53%, а кредитних спілок – із 803 до 375, або на 53,3%. На це додатково вплинули фінансово-економічні кризи.

Таким чином, враховуючи особливості внутрішньогалузевої конкуренції на рівні банків та небанківських фінансово-кредитних установ, можна сказати про перспективи її розвитку на індивідуальному рівні між окремими кредитними інститутами на ринку кредитних послуг. При цьому основним полем конкурентної боротьби є сфера споживчого кредитування на основі конкурентних переваг кожної з установ.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
НЕБАНКІВСЬКИХ КРЕДИТНИХ УСТАНОВ (КРІМ КРЕДИТНИХ СПІЛОК)
НА РИНКУ КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

2.1 Оцінка конкурентоспроможності фінансових компаній на кредитному ринку небанківських фінансових установ

В Україні на сьогодні ринок кредитних послуг характеризується зростанням ролі небанківських кредитно-фінансових установ, а саме ломбардів та фінансових компаній, розширенням їх кількості, сфери послуг та активному обслуговуванню ними клієнтів при розміщенні ресурсів на конкурентних засадах.

При дослідженні кредитних установ в небанківському фінансовому секторі (крім кредитних спілок) постає питання щодо їх функціонування в конкурентних умовах, тому для цього потрібно сформувані показники, за допомогою яких визначити єдиний (інтегральний) показник як індикатор ефективності функціонування небанківських кредитних установ на ринку фінансових послуг.

Інтегральна оцінка є ефективним механізмом аналізу конкурентоспроможності небанківських кредитних установ. Це зумовлює важливість визначення їх інтегральної оцінки і актуальність питань, пов'язаних з розробкою нових і поліпшенням існуючих методик її проведення. Вирішенням вказаної проблеми може стати розробка єдиної методологічної основи інтегральної оцінки конкурентоспроможності небанківських кредитних установ, яка б дозволила всебічно оцінити їх конкурентоспроможність, визначити недоліки їх роботи та відшукати шляхи збільшення рівня конкурентоспроможності [22].

Актуальність інтегральної оцінки конкурентоспроможності кредитних установ полягає в тому, що за її допомогою з'являється можливість в

узагальненому вигляді представити діяльність кредитних установ в небанківському секторі та визначити рейтинг ефективності їх функціонування [1].

Для аналізу конкурентоспроможності небанківських кредитних установ було обрано метод розрахунку інтегрального показника за методом розрахунку таксономічного показника розвитку [9].

Технологія побудови полягає у наступному [9]:

- перший етап – формування системи показників, що всебічно характеризують стан об'єкта;
- другий етап – стандартизація значень показників задля нейтралізації їхньої різної природи й розмірності розраховується за формулою (2.1):

$$XS_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{x}_i}{s_i}, \quad (2.1)$$

де XS_{ij} – стандартизоване значення i -го показника j -ї групи показників;

X_{ij} – вихідне значення i -го показника j -ї групи показників;

\bar{x}_i – середнє значення i -го показника;

s_i – середньоквадратичне відхилення i -го показника;

- третій етап – визначення еталонного значення для всіх показників при поділі їх на стимулятори, кількісне зростання яких позитивно впливає на ефективність функціонування, і дестимулятори, низьке значення яких є кращим для розвитку кредитних установ;

- четвертий етап – зіставлення існуючих значень показників з еталонними для визначення відхилень фактичного результату від можливого визначаються за однією з метрик – евклідовою відстанню. Розраховується за формулою (2.2):

$$d_{0j} = \left[\sum_{i=1}^m (XS_{ij} - XS_{i0})^2 \right]^{1/2}, \quad (2.2)$$

де d_{0j} – відстань між стандартизованими значеннями показників і точками еталона j -ї групи показників;

XS_{i0} – еталонне стандартизоване значення i -го показника.

Аналіз відхилення фактичного значення показника від еталонного

дозволяє визначити резерв підвищення рівня використання досліджуваного виду ресурсу;

-п'ятий етап: безпосереднє визначення інтегральних показників використання ресурсів (I_R) здійснюється за такою формулою, яка складається з багатьох простих, щоб більш наглядно розуміти, звідки беремо кожен її компонент. Формули для розрахунку інтегрального показника вказані нижче (2.3-2.6).

$$I_R = 1 - \frac{d_{0j}}{d_0} \quad (2.3)$$

$$d_0 = \bar{d}_0 + 2S_0 \quad (2.4)$$

$$\bar{d}_0 = \frac{1}{n} \sum_j^n d_{j0} \quad (2.5)$$

$$S_0 = \left[\frac{1}{n} \sum_{j=1}^n (d_{0j} - \bar{d}_0)^2 \right]^{1/2} \quad (2.6)$$

Цей показник дозволить узагальнити основні характеристики небанківських кредитних установ й рівень їх розвитку.

У даному дослідженні це дозволить визначити інтегральний показник конкурентоспроможності ломбардів та фінансових компаній. Тобто, узагальнити ті характеристики, які складають рівень даного показника.

Наведені вище етапи і формули розрахунку обчислення інтегрального показника реалізовані на прикладі обчислення інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності ломбардів та фінансових компаній. Для таксономічного аналізу обрано декілька показників, які будуть найкращим чином характеризувати конкурентоспроможність ломбардів та фінансових компаній.

Такими показниками обрано ті розраховано коефіцієнти та абсолютні показники, які дозволяють скласти загальне враження про ситуацію, що складається на ринку небанківських кредитних установ, тобто визначити вплив на їх конкурентоспроможність. Це – кількість філіалів ломбардів та фінансових

компаній, час їх діяльності, суми виданих кредитів, рентабельність активів, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт короткострокової ліквідності.

Розрахунки виконано окремо для фінансових (кредитних) компаній та ломбардів. Вихідні дані [11] для фінансових компаній, що надають кредитні послуги, представлено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Вихідні дані для обчислення інтегрального показника конкурентоспроможності фінансових компаній

№	Фінансові компанії	К-ть філіалів	Роки діяльності	Сума виданих кредитів, тис.грн	Ra	Фін. автоном.	Корот. ліквід
1	ТОВ "ФК"Надія України""	21	12	37775	1,88	0,95	535,17
2	ТОВ "Лайм Кеш"	175	1	61115	1,35	0,78	3485,96
3	ТОВ «Смарт Фінексперт»	51	6	34560	1,7	0,95	1,53
4	ТОВ «Фінансова Компанія «Профінеф»	8	2	3980	5,93	1	497925
5	ТОВ "Дживвайп Фінанс"	8	6	780	1,33	0,96	4,69
6	ТОВ «Вендор-Фінанс»	52	4	13 896	16,37	0,99	21,43
7	ТОВ «Фінансова Компанія «Валта Груп»	1	3	9553	0,31	1	49275
8	ТОВ «Лев Капітал»	9	2	64	0	1	622,22
9	ТОВ "Стандарт Фінанс Груп"	8	4	5730	0,84	0,78	0,08
10	ТОВ "Мсб Фінанс"	5	8	3961	25,32	0,95	224,03
11	ТОВ «Вутек-інвест»	27	10	8596	0,85	0,95	15,74
12	ТОВ «Фінансова Компанія «Фастлейн»	1	2	868	0,34	1	0,31

Як видно з табл.2.1 за рентабельністю активів та коефіцієнтом автономії найкращою є фінансова компанія ТОВ "Мсб Фінанс". На ринку небанківських кредитних установ вона функціонує 8 років та має 5 філіалів по всій Україні. Конкурентом цій компанії може стати фінансова компанія ТОВ «Вендор-Фінанс», яка має найвище значення коефіцієнта фінансової незалежності та має достатньо високе значення рентабельності активів і коефіцієнта короткострокової ліквідності. Також конкурентом цим фінансовим компаніями може стати ТОВ «Фінансова Компанія «Профінеф», яка має найвище значення коефіцієнта короткострокової ліквідності та фінансової незалежності.

Після аналізу вихідних даних (табл. 2.1), здійснено розрахунок

необхідних показників, для подальшого розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності фінансових компаній.

Значення даних коефіцієнтів, тобто вихідних даних, відповідають значенню X_{ij} . Тож, на їх основі маємо можливість розрахувати стандартизовані значення показників за роками (xs_{ij}). Тим самим, ослаблено їх різну природу та розмірність.

Результати представлені у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Розрахунок стандартизованих значень показників конкурентоспроможності фінансових компаній

Показники	Стандартизовані значення											
	ТОВ "ФК"Надія України""	ТОВ "Лайм Кеш"	ТОВ «Смарт Фінексперт»	ТОВ «Фк «Профінеф»	ТОВ "Дживвайп Фінанс"	ТОВ «Вендор-Фінанс»	ТОВ «ФК «Валта Груп»	ТОВ «Лев Капітал»	ТОВ "Стандарт Фінанс Групп"	ТОВ "МСБ ФІНАНС"	ТОВ «Вутек-інвест»	ТОВ «ФК «ФАСТЛЕЙН»
Кількість філіалів	-0,19	2,96	0,42	-0,46	-0,46	0,44	-0,60	-0,44	-0,46	-0,52	-0,07	-0,60
Роки діяльності	2,01	-1,15	0,29	-0,86	0,29	-0,29	-0,57	-0,86	-0,29	0,86	1,43	-0,86
Сума виданих кредитів, тис.грн	1,18	,40	,02	0,58	0,74	0,06	0,29	0,78	0,49	0,58	0,34	0,74
Рентабельність активів	-0,35	0,42	0,38	,16	0,42	,47	0,55	0,59	0,48	,60	0,48	0,55
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,10	-2,10	0,14	0,73	0,26	0,56	0,73	0,73	-2,01	0,05	0,08	0,73
Короткострокова ліквідність	-0,32	-0,30	-0,32	3,16	-0,32	-0,32	0,02	-0,32	-0,32	-0,32	-0,32	-0,32

Розрахувавши стандартизоване значення (табл. 2.2) необхідно визначити еталонне значення для всіх показників, яке має бути розраховане протягом аналізованого періоду. Показники поділено на стимулятори, кількісне зростання яких позитивно впливає на ефективність функціонування, і дестимулятори, низьке значення яких є кращим для розвитку підприємства.

У даному випадку, всі показники є стимуляторами, тому обрано максимальне значення кожного з них. Результати представлено у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Розрахунок еталонного значення показників конкурентоспроможності
фінансових компаній

Показник	Еталон XSi0
Кількість філіалів	2,96
Роки діяльності	2,01
Сума виданих кредитів, тис.грн	2,40
Рентабельність активів	2,60
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,73
Короткострокова ліквідність	3,16

Таким чином, за даними табл. 2.3 розраховано стандартизований еталон для показників, тобто значення, яке є найбільш приближеним до того, яке приносить безперечний ріст діяльності фінансової компанії.

Наступним етапом є зіставлення існуючих значень показників з еталонними для визначення відхилень фактичного результату від можливого, або, розрахунок так званої, евклідової відстані.

Функцію мірила подібності відіграє розрахована відстань, включення якої веде до поняття метричного простору. Останній є множини елементів з будь-якою природою явищ. Для будь-якої пари показників цієї множини встановлено відстань між ними.

Саме евклідова відстань є досить визнаною функцією, тому її розрахунок виконаний авторами..

Аналіз відхилення фактичного значення показника від еталонного дозволяє визначити резерв підвищення рівня використання досліджуваного виду фінансового ресурсу.

Результати розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності аналізованих фінансових компаній представлено на рис.2.1, де видно, що найбільшу конкурентоспроможність має ТОВ «Вендор Фінанс».

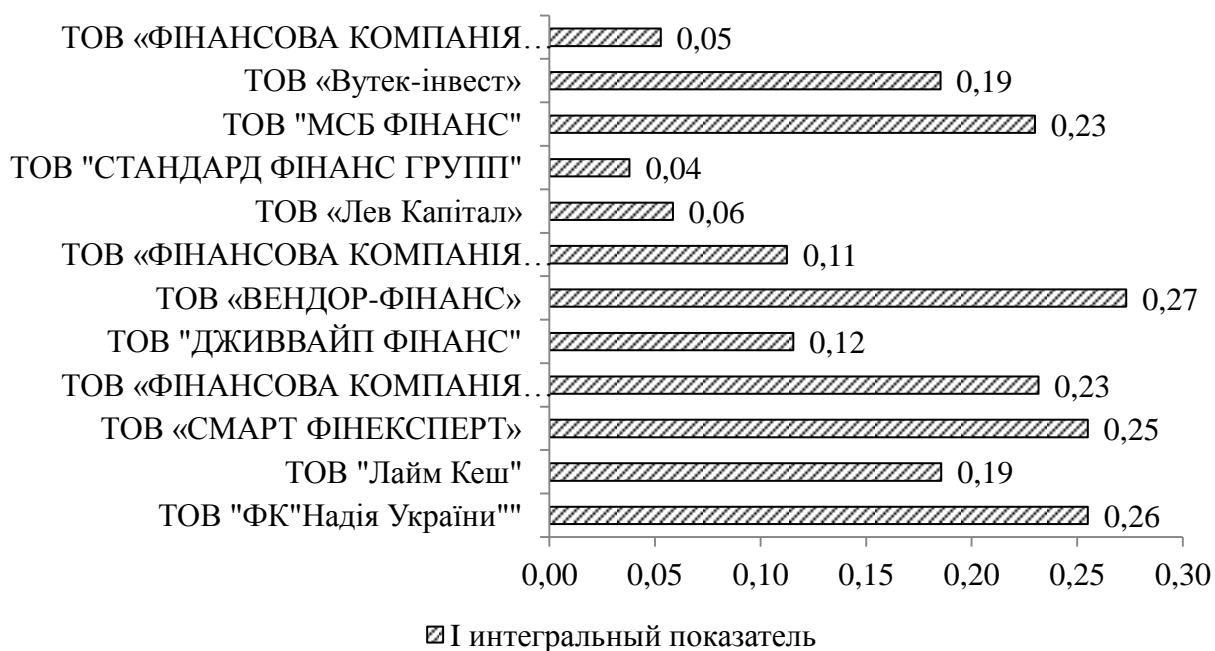


Рис.2.1.Динаміка зміни інтегрального показника конкурентоспроможності фінансових компаній

Для інтерпретації даних щодо інтегрального показника конкурентоспроможності фінансових компаній розробляються шкали для їх оцінки. Для якісної інтерпретації результатів інтегральної оцінки конкурентоспроможності небанківських фінансових установ використано шкалу, розроблену на підставі закону Фібоначчі (табл.2.4) [16].

Згідно з цим законом, зміни найбільш ймовірно здійснюються на рівні 38,2% і 61,8%. Значення різниці максимального і мінімального значень шкали в даному випадку $1-0 = 1$. Після здійснення цієї різниці послідовно на 0,382 і 0,618 і віднімання кожної з отриманих сум від максимуму отримано значення шкали, за яких, за законом Фібоначчі, найбільш ймовірно відбуваються зміни [16].

Отриманий інтервал $[0; 0,382]$ розділений на 3 менші інтервали на рівні 38,2% і 61,8% (0,146 і 0,236). В результаті шкалювання за законом Фібоначчі отримано три діапазонів: низький $[0; 0,236)$, середній $[0,236; 0, 0,618)$, високий $[0,618; 1)$ рівні конкурентоспроможності фінансових (кредитних) установ.

Шкали інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємства

Діапазон зміни загальної оцінки	Рівень інтегральної оцінки	Можливі дії щодо забезпечення конкурентоспроможності
[0;0,146)	Критичний рівень	При такому рівні конкурентоспроможності слід прийняти рішення про доцільність подальшої діяльності або необхідності злиття з іншою компанією
[0,146;0,236)	Низький рівень	Для підвищення конкурентоспроможності слід збільшити розмір власного капіталу, переглянути інвестиційну політику, оптимізувати власні витрати
[0,236;0,382)	Середній рівень	До заходів щодо підвищення конкурентоспроможності відносяться: покращення показників ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності компанії, удосконалення управління прибутком підприємства і т.д.
[0,382;0,618)	Високий рівень	Компанія має високий конкурентоспроможності, для підтримки поточного стану їй слід підвищувати оборотність капіталу.
[0,618;1)	Дуже високий рівень	Компанія має дуже високий рівень конкурентоспроможності і потенціал для збільшення обсягів діяльності.

Згідно з табл.2.4 найвищий рівень конкурентоспроможності серед фінансових компаній має ТОВ «Вендор-Фінанс» з результатом 0,27. За шкалою Фібоначчі це середній рівень, для якого рекомендується покращення показників ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності фінансової компанії, удосконалення управління прибутком та ін.. Тобто можна стверджувати, що розрахунок інтегрального показника підтвердив дані, які були розраховані в табл.2.1.

Середній рівень також мають такі фінансові компанії, як ТОВ «ФК «Надія України», ТОВ «ФК «Профінеф» та ТОВ «МСБ Фінанс». Всі інші фінансові компанії мають низький та критичний рівень конкурентоспроможності, для яких рекомендується збільшити розмір власного капіталу, переглянути їх інвестиційну політику, оптимізувати власні витрати або слід прийняти рішення про доцільність подальшої діяльності або необхідності злиття з іншою фінансовою компанією. В цілому слід відзначити,

зо обрані для аналізу фінансові (кредитні) установи не можуть створити дійсної конкуренції на ринку кредитних послуг банкам.

2.2 Оцінка конкурентоспроможності ломбардів на кредитному ринку небанківських фінансових установ

На наступному етапі визначено інтегральний показник оцінки конкурентоспроможності для ломбардів України. Для таксономічного аналізу обрано такі ж показники, як і для оцінки рівня конкурентоспроможності фінансових (кредитних) компаній. Це такі показники, як кількість філіалів ломбардів, час їх діяльності, суми виданих кредитів, рентабельність активів, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт короткострокової ліквідності. Вихідні дані представлено у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Вихідні дані для обчислення інтегрального показника конкурентоспроможності ломбардів

№	Ломбарди	К-ть філіалів	Роки діяльності	Сума виданих кредитів, тис.грн	Ra	Фін. автоном.	Корот. ліквід
1	ПТ "Ломбард Парус" Тов "Глобал Франчайзінг" І Компанія"	125	4	158540	4,41	0,90	322,68
2	ПТ"Ломбард Капітал"	405	13	1936615	3,67	0,19	14,10
3	ПТ"Ломбард Донкредит ТОВ "Інтер-Ріелті" І Компанія "	409	18	2108731	2,53	0,45	35,74
4	ПТ "Ломбард Партнер" Вівенко І Компанія"	167	16	608124	4,07	0,27	19,87
5	ПТ "Найкращий Ломбард" Богдан Ю.М. І Компанія"	43	9	191558	3,10	0,10	3,27
6	Пт "Ломбард "Золота Скриня" ТОВ "Кредитне Товариство №1" І Компанія"	43	9	80 862	4,94	0,95	305,72
7	ПТ "Чесний Ломбард, Тов "Маст" І Компанія"	65	11	195834	0,46	0,55	9,51
8	ПТ "Ломбард "Еталон" Щербаков І Компанія"	33	24	67155	11,62	0,95	176,67
9	ПТ "Ломбард "Мідас" Тов "Ра" І Компанія"	24	19	77985	2,82	0,94	66,76
10	ПТ "Ваш Ломбард Тов "Агат - Плюс" І Компанія"	12	6	109045	1,71	0,00	10,56
11	ПТ "Ломбард "Надія" Письменна Н. Є. і компанія"	31	19	57314	0,43	0,41	254,61
12	ПТ "Нікітіч І Компанія "Ломбард "Карат"	21	5	48539	4,47	0,33	56,09

Як видно з табл.2.5, найвищий показник рентабельності та фінансової незалежності у ломбарду ПТ "Ломбард "Еталон" Щербаков І Компанія". Конкурентом цьому ломбарду може стати ПТ "Ломбард Парус", який має найбільший результат за коефіцієнтом короткострокової ліквідності та середнє значення рентабельності активів (4,4%).

На основі отриманих даних розраховано стандартизовані значення показників у динаміці (xs_{ij}). Результати представлені у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

**Розрахунок стандартизованих значень показників
конкурентоспроможності ломбардів**

Показники	Стандартизоване значення											
	ПТ "Ломбард Парус"	ПТ "Ломбард Капітал"	ПТ "ЛомбардДонкредит ТОВ "Інтер-Ріелті" І Компанія "	ПТ "Ломбард Партнер " "	ПТ "Найкращий Ломбард" "	ПТ "Ломбард "Золота Скриня"	ПТ "Чесний Ломбард, ТОВ"Маст" І Компанія"	ПТ "Ломбард "Еталон" Щербаков і компанія"	ПТ "Ломбард "Мідас"	ПТ "Ваш Ломбард "	ПТ "Ломбард "Надія" Письменна Н. С. і компанія"	ПТ "Ломбард "Карат"
Кількість філіалів	0,07	2,02	2,04	0,36	-0,50	-0,50	-0,35	-0,57	-0,63	-0,71	-0,58	-0,65
Роки діяльності	-1,36	0,04	0,82	0,50	-0,58	-0,58	-0,27	1,75	0,97	-1,05	0,97	-1,20
Сума виданих кредитів, тис.грн	-0,42	1,98	2,21	0,19	-0,38	-0,52	-0,37	-0,54	-0,53	-0,49	-0,56	-0,57
Рентаельність активів	0,25	0,00	-0,40	0,13	0,20	0,43	-1,11	2,73	-0,30	-0,68	-1,12	0,27
Коефіцієнт фінансової незалежності	1,13	-0,89	-0,16	-0,66	-1,15	1,27	0,2	1,27	1,24	-1,44	-0,26	-0,49
Короткострокова ліквідність	1,75	-0,75	-0,57	-0,70	-0,83	1,62	-0,78	0,57	-0,32	-0,78	1,20	-0,41

Розрахувавши стандартизоване значення (табл. 2.6) визначено еталонне значення для всіх показників, яке розраховане протягом аналізованого періоду. Результати представлено у табл. 2.7.

Розрахунок еталонного значення показників конкурентоспроможності
фінансових компаній

Показники	Еталон XSi0
Кількість філіалів	2,04
Роки діяльності	1,75
Сума виданих кредитів, тис.грн	2,21
Рентабельність активів	2,73
Коефіцієнт фінансової незалежності	1,27
Короткострокова ліквідність	1,75

Таким чином, за даними табл. 2.7 розраховано стандартизований еталон для показників, тобто значення, яке є найбільш наближеним до того, яке приводить до безперечного зростання діяльності ломбарду.

На основі усіх вище розрахованих показників обчислено інтегральний показник конкурентоспроможності ломбардів. Результати представлено на рис.2.2.

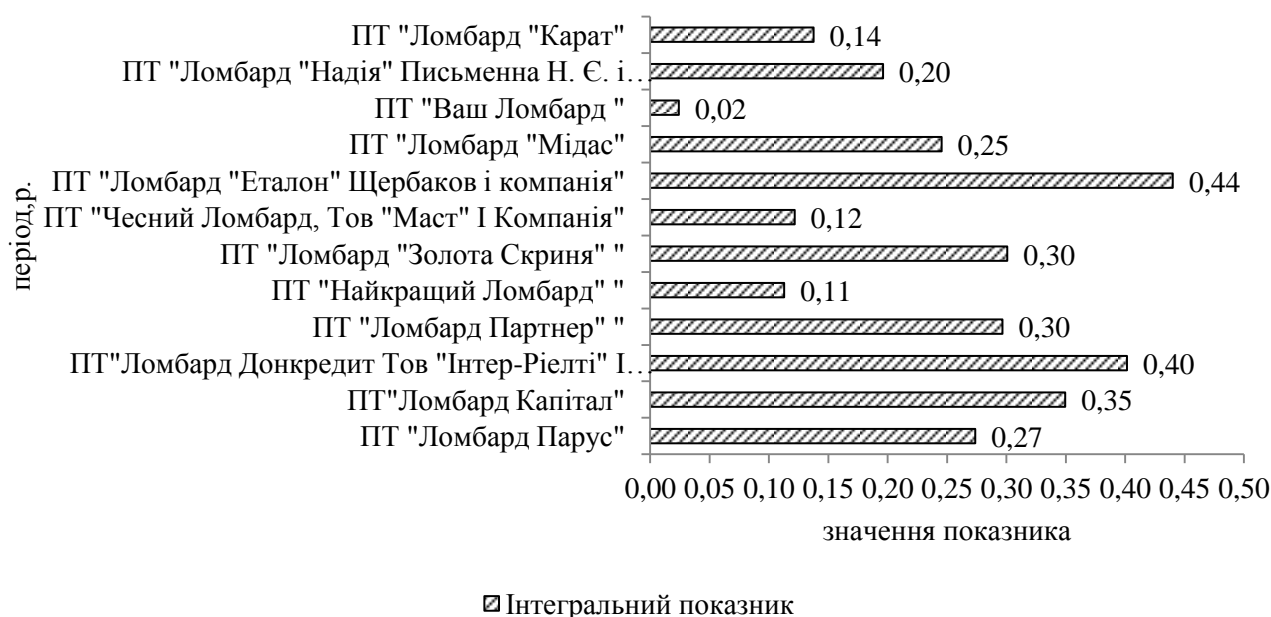


Рис.2.2 - Динаміка зміни інтегрального показника конкурентоспроможності
ломбардів

Виходячи з рис.2.2, зроблено висновок, що найбільший рівень конкурентоспроможності серед ломбардів за шкалою Фібоначчі займає ПТ "Ломбард "Еталон" Щербаков І Компанія" зі значенням 0,44. Цей ломбард

належить до високого рівня конкурентоспроможності, для якого характерна постійна підтримка свого поточного стану та підвищення оборотності капіталу.

Високий рівень конкурентоспроможності також спостерігається у ломбарду ПТ "Ломбард Донкредит ТОВ "Інтер-Ріелті" І Компанія " зі значенням 0,4. Середній рівень конкурентоспроможності займають ломбарди ПТ "Ломбард "Мідас" Тов "Ра" І Компанія", Пт "Ломбард "Золота Скриня", ПТ "Ломбард Партнер", ПТ "Ломбард Капітал", ПТ "Ломбард "Надія" Письменна Н. Є. і компанія" та ПТ "Ломбард Парус". Для такого рівня рекомендується покращення показників ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності фінансової установи, удосконалення управління її прибутком та ін.. Тобто можна стверджувати, що розрахунок інтегрального показника підтвердив дані, які були розраховані в табл.2.5.

Тобто виходячи з даних інтегральних показників оцінки рівня конкурентоспроможності серед небанківських кредитних установ, зроблено висновок, що у ломбардів спостерігається вище рівень конкурентоспроможності, ніж фінансових (кредитних) компаній. Про це свідчить зростаюча динаміка всіх основних показників, що характеризують їхню діяльність, зокрема кількості даних фінансових установ, сум наданих та погашених кредитів, середнього розміру позик, обсягів статутного капіталу, активів, нерозподіленого прибутку. Позики видаються практично тільки під заставу виробів із дорогоцінних металів та каміння, побутової техніки. Процентна ставка залишається досить високою.

Проведений розрахунок показав достатній рівень конкурентоспроможності ломбардів на ринку кредитних послуг, які можуть скласти конкуренцію банкам, хоча він не є таким високим, до якого слід прагнути, застосовуючи нові інструменти її підвищення.

ВИСНОВОК

У теперішній час небанківські фінансово-кредитні установи посідають певні конкурентні позиції для забезпечення своєї конкурентоспроможності. Першочерговим завданням небанківських фінансово-кредитних установ при формуванні політики забезпечення високого рівня конкурентоспроможності – є досягнення високого рівня довіри у своїх клієнтів, розширення сфери фінансових послуг, удосконалення системи нормативних документів.

Виходячи з аналізу рівня інтегрального показника конкурентоспроможності небанківських фінансово-кредитних установ (крім кредитних спілок), встановлено переважання ломбардів порівняно з фінансовими (кредитними) компаніями. За шкалою Фібоначчі ломбарди мають високу конкурентоспроможність, для яких характерна підтримка їх поточного фінансового стану та підвищення оборотності капіталу.

Такий результат можна охарактеризувати тим, що попит на послуги ломбардів постійно зростає, і це сприяє збільшенню кількості даних фінансових установ на ринку. Про це свідчать дані звітів Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [11]. Так, кількість ломбардів у 2008–2018 рр. зросла з 309 до 408, або на 32%, а також зросла кількість фінансових компаній з 221 до 847. Між тим, кількісно основні конкуренти на ринку кредитування зменшили свою присутність за цей період, Тому що кількість банків скоротилася зі 175 до 82, або на 53%, а кредитних спілок – із 803 до 375, або на 53,3%. На це додатково вплинули фінансово-економічні кризи.

Застосований метод розрахунку інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності має практичну цінність і може застосовуватися для проведення експрес оцінювання позиціонування на ринку кредитних послуг, а також на інших ринках фінансових послуг із вибором переліку показників, які притаманні саме цим ринкам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азоєв Г.Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика : підручник. Москва: Центр економіки і маркетинга, 2001. – 270 с.
2. Ареф`єва О.В. Управління розвитком економічних систем: теорія, механізми регулювання та управління : монографія. Харків : [УкрДАЗТ], 2010.– 301 с.
3. Ватаманюк З.Г., Дорош О.Л. Небанківські фінансові інститути в країнах Західної Європи. Фінанси України. 2003. – №12.
4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємства : монографія. Київ : ДАКККіМ. 2006. – 23 с.
5. Маслова С.О., Опалов О. А.. Фінансовий ринок : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. 2-ге вид., випр. Київ : Каравела, 2003.– 344 с.
6. Медведєва І. Б. Методичні рекомендації до лабораторних робіт з навчальної дисципліни «Економіко-математичне моделювання фінансових процесів» для студентів спеціальності 8.03050801 «Фінанси і кредит» усіх форм навчання : навч.посібник. Харків, 2013. – 116 с.
7. Миськів Г. В. Функції кредитного ринку та їх еволюція. Часопис економічних реформ. 2014. № 1. С. 43–48. URL : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Cher_2014_1_10.pdf (дата звернення 08.12.2018).
8. Ніколаєв Є.Б. Підвищення ролі небанківських фінансово-кредитних установ. Фінанси України, 2011. № 12. С. 107-113
9. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з надання фінансових послуг (крім професійної діяльності на ринку цінних паперів) : Постанова Кабінету Міністрів України від 7 грудня 2016 року № 913. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/913-2016-%D0%BF> (дата звернення 11.12.2018).
10. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 №2664-IV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>
11. Річні звіти Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, за 2006–2018 роки URL : <http://nfp.gov.ua/>

content/richni-zviti-nackomfinposlug.html (дата звернення 14.12.2018).

12. Розпорядження Держфінпослуг «Про затвердження Положення про внесення інформації щодо фінансових компаній до Державного реєстру фінансових установ та встановлення вимог до облікової та реєструючої системи фінансових компаній» від 11.07.2013 № 2265. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1316-13> (дата звернення 11.12.2018).

13. Розпорядження Держфінпослуг «Про затвердження Положення про порядок надання фінансових послуг ломбардами» від 10.02.2017 № 3981. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0565-05> (дата звернення 11.12.2018).

14. Сідельник О.П. Позичування небанківських фінансових установ на ринку фінансових послуг як фактор підвищення їх конкурентоспроможності. Вісник Університету банківської справи НБУ. 2011. № 2 (11). С. 234-239

15. Ткачук В.О. Маркетинг у банку : навч. посіб. - Тернопіль : "Синтез-Поліграф", 2006. – 541 с.

16. Фішер Р. Нові методи торгівлі по Фібоначчі. Інструменти і стратегії біржового успіху. Москва : «ІК «Аналітика»», 2002. 384с.

17. Харчук Т.В. Підходи до визначення конкурентних переваг підприємства. Економіка і управління. 2011. №6. С. 68-71.

18. Худолій Л.М. Теорія фінансів: навч.-метод. посібник. Київ : Європ. ун-т., 2003. – 167 с.

19. Хемел Г., Прахалад К. Конкуренція за майбутнє. Створення ринків завтрашнього дня. пер. з англ. Москва: Олимп-Бизнес, 2002. – 288 с.

20. Швець В.Я. Єфремова В.Я Швець Н.Ф., Чічкань. О.І. Гроші та кредит: навчальний посібник. Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2015. – 301с.

21. Шевцова О.Й. Конкуренція на фінансовому ринку: банківські конкурентні переваги. URL : <http://archive.nbuv.gov.ua> (дата звернення 07.12.2018).

22. Шелудько В. М.. Фінансовий ринок : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Знання Прес, 2003. – 535 с.

23. Школьник І. О., Боярко І.М., Дейнека О. В. Фінансовий аналіз : навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2016. –368 с.

24. Юданов А.Ю. Конкуренція: теорія і практика: навч. посіб. 3-е вид., Москва: ГНОМ і Д, 2001. –304с.

ДОДАТКИ